

невідповідною продукцією (зниження об'єму невідповідної продукції і витрат на її переробку), активізації роботи з відхиленнями (зниження кількості виявлених відхилень і часу на розробку і впровадження дій, що коректують) і проведення внутрішніх аудитів (виконання плану аудитів, скорочення часу на підготовку і проведення аудиту і виконання всіх рекомендацій аудиту), забезпечило підвищення ступеня використання початкової продукції: збільшення об'єму першосортної продукції з 97,5 % до 98,7 % і зниження питомої ваги браку з 0,05 % до 0,03 %.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф., Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2002. – 704 с.
2. Шоттмиллер Дж. Затраты на качество стимулируют процессы // Методы менеджмента качества. – 2003. – № 2. – с. 4–9.
3. Вильдттрубе В.Н., Крайнев В.А. К вопросу об эффективности системы менеджмента // Методы менеджмента качества. – 2004. – № 9. – с. 21–26.
4. Момот О.І., Волоконський А.В. Особливості розрахунку ефективності системи менеджменту якості на прикладі бізнес напряму ЛГВ групи компаній «Олімп» // Вісник Львівського державного аграрного університету. Серія: Економіка АПК. – 2006. – № 13. – с. 722–726.

Надійшла 19.05.2010

УДК 620.2:691.57

РОЗВИТОК ВИРОБНИЦТВА ЛАКОФАРБОВИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ

Т.Я. ПІДДУБНА

Київський національний університет будівництва і архітектури

Висвітлено загальні тенденції розвитку промисловості лакофарбових матеріалів, які використовуються для потреб будівництва. Проаналізовано діяльність основних виробників і імпортерів лакофарбової продукції та їх частки на ринку України. Розглянуто сегменти споживачів та асортимент даної продукції

Ринок порошкових фарб в Україні почав формуватися на початку 90-х років минулого століття, проте активного розвитку набув лише 3-4 роки тому. Тільки протягом 2007р. він виріс на 40%, і досяг у грошовому виразі близько \$7 млн.

Згідно статистичного звіту «Виробництво будівельних матеріалів в Україні в 2008 році» (Bau Marketing), середньорічне зростання в лакофарбовому виробництві у 2005-2008 рр. склало 16,1% у натуральному та 24,8% – у грошовому виразі (рис.1).

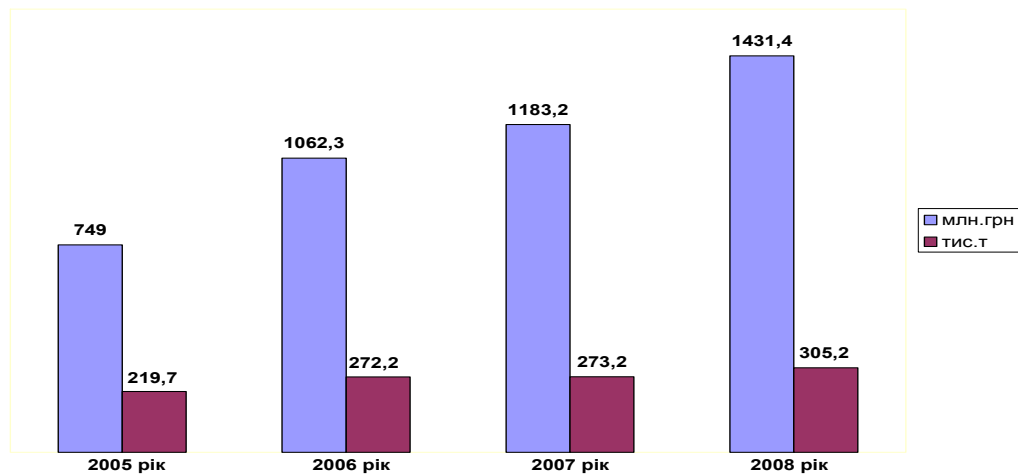


Рис. 1. Обсяг виробництва лаків та фарб у 2005–2008 рр.

В 2007 році працювало майже 180 виробників фарб та лаків на основі полімерів (таких, що займають більше 2% ринку – 18) та трохи більше 80 виробників фарб та лаків, сикативів готових (таких, що займають більше 2% ринку) [1].

Об'єкти та методи дослідження

Загальні тенденції розвитку промисловості лакофарбових матеріалів зводиться до реалізації чотирьох основних напрямів:

I – підвищення експлуатаційної надійності лакофарбових матеріалів. Йдеться про зниження товщини покриття до 50-70 мікрон при збереженні високої довговічності покриття;

II – підвищення екологічної чистоти виробництва за рахунок випуску водорозчинних покриттів. Використання великої кількості органічних розчинників забруднює навколишнє середовище, створює проблеми з природоохоронними організаціями і в області застосування лакофарбових матеріалів. У зв'язку з цим все більшого значення набуває виробництво водорозчинних фарб на основі епоксидних складів і інших плівко утворювачів;

III – виробництво і створення лакофарбових покриттів спеціального призначення для вирішення певних технічних завдань. Наприклад, спеціальні вогнестійкі покриття, що захищають поверхню при температурах від 100°C до 600°C, покриття для потреб атомної енергетики і т.д.;

IV – застосування порошкових покриттів. Об'єми і області застосування порошкових покриттів постійно ростуть. У 1983 – 1985 рр. в Західній Європі покриття на основі полістиролу, поліетилену, поліпропілену займали 5% ринку, сьогодні об'єм виріс до 12,5% і відповідно розширилися їх види (епоксидні, поліефірні і змішані) і області застосування[2].

Постановка завдання

Метою даного дослідження є огляд і аналіз стану сучасного ринку лакофарбової продукції, обґрунтування статистичних даних щодо основних виробників та імпортерів даної групи товарів, прогнозування на майбутнє можливого попиту споживачів.

Результати та їх обговорення

Фахівці відзначають, що практично всі закордонні виробники випускають фарби згідно з прийнятим міжнародним стандартом – DIN EN ISO 14001. вітчизняні підприємства також прагнуть відповідати європейським стандартам і поставляють на ринок сучасну якісну продукцію, здатну конкурувати з імпортними матеріалами.

Таблиця 1. Основні виробники лаків та фарб в 2009 р.

Виробник	Регіон	Продукція
ДП «Капарол Україна»	м. Дніпропетровськ, с.Василівка	Виробництво лаків та фарб на основі полімерів
ТОВ «Азо Нобель Декор Україна»	м. Кіровоград	
ТОВ Промислове підприємство «ЗІП»	Дніпропетровська обл., м.Дніпродзержинськ	
ТОВ «Сніжка-Україна»	Львівська обл., м. Яворів	
ТОВ «Мефферт ганза фарбен»	м. Дніпропетровськ	
ЗАТ «Поліфарб Україна»	м. Дніпропетровськ	
ТОВ «Тіккуріла»	м. Київ	

З погляду ціни і якості ринок фарб можна поділити на три сектори.

Перший – матеріали провідних фірм Німеччини, Голандії, Англії, Австрії, Естонії, Скандинавії. Асортимент виробників цих країн відрізняється не тільки бездоганною якістю, але й різноманітним асортиментом за рахунок колірної палітри, розфасування, упакування, проте через високу ціну їх об'єм використання обмежений.

Другий – матеріали, виготовлені за технологіями фірм виробників Німеччини, продуцентів Голландії, Туреччини, Канади.

Третій – матеріали виробництва Росії, Білорусі, Польщі, Чехії, Словаччини, Болгарії, що за ціною і якістю знаходяться на рівні вітчизняних.

Місткість ринку експерти оцінюють в 325 тис. тонн у рік, з яких 265 тис. тонн – продукція вітчизняних виробників. Ринок водо дисперсійних фарб в Україні в кількісному виразі можна умовно розділити на такі сегменти (рис.2):

- Економ-сегмент – 52%;
- Середній сегмент – 43%;
- Преміум сегмент – 5%.



Рис.2. Ринок вододисперсійних фарб

Якщо аналізувати асортимент імпортованих фарб з погляду плівкоутворювальної речовини, то закордонні постачальники віддають перевагу екологічно повноцінним продуктам – вододисперсійним фарбам, алкідним фарбовим сумішам, що являють собою переважно суспензії пігментів у модифікованих алкідних лаках.

Усіх споживачів ЛФМ можна умовно розділити на (рис.3):

- Будівельні компанії – 30%;
- Будівельні фірми – 15%;
- Ремонтно-будівельні фірми – 20%;
- Приватні особи – 15%;
- Інші споживачі – 20%.

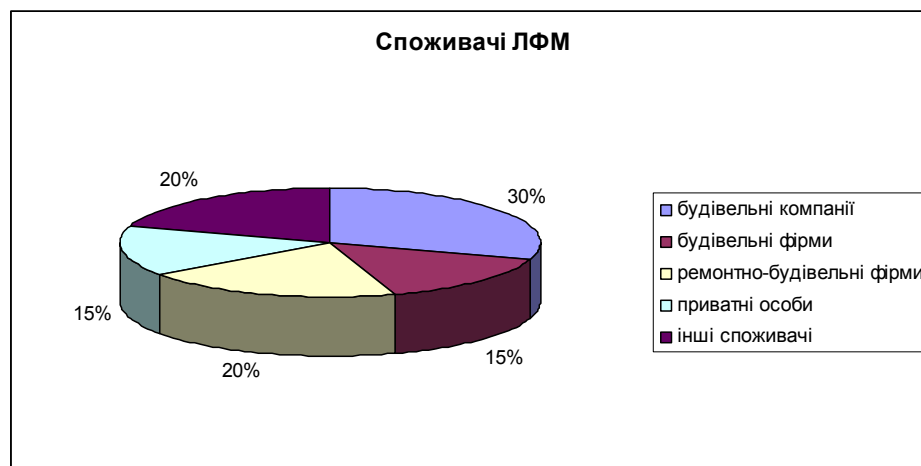


Рис. 3. Споживачі лакофарбових матеріалів

Сьогодні на ринку України працюють виробники Німеччини (MEFFERT GANZA FARBEN, CAPAROL), Швеції (ESKARO), Англії, Польщі, Чехії, Болгарії, Туреччини, Естонії, Росії тощо.

За результатами 2008 року ДП «Капарол Україна» показав ріст обороту 72%, що значно випереджає ріст ринку – 15%. У цілому, міжнародні показники компанії Caparol у 2008 році склали 1 мільярд 130 мільйонів євро по усьому світу, що на 177 мільйонів євро більше ніж у 2007 році.

В Україні одним з найбільших постачальників лакофарбових матеріалів ТМ «DUFА» є компанія «ГАНЗА-УКРАЇНА». 20 000 літрів фарби в зміну (8 годин) – потужність високотехнологічного виробництва. В асортимент продукції входять фасадні фарби, ґрунтовки, декоративні фарби, акрилові фарби, штукатурки, клеї.

За останні кілька років список виробників істотно розширився. Лідерами є 15 підприємств, що випускають майже 70% всієї продукції зробленої в Україні. Це ТОВ «ЗІП» (Дніпродзержинськ) – торговельні марки «Зебра», «TRIORA», «Мальва»; ТОВ «Сніжка Україна» (Яворів) – ТМ «Sniezka»; ТОВ «Композитсервіс» – ТМ «Композит»; ЗАТ «Поліфарб Україна» (Дніпропетровськ) – ТМ «Поліфарб»; ЗАТ «Лакма» (Київ) – ТМ «Ceresit», «Лфкма», «Топаз»; компанія «Хенкель Баутехнік Україна» та інші. В цілому, українське виробництво забезпечує 75% потреб ринку[5].

За оцінками експертів, ринок лакофарбової продукції в Україні становить близько \$350 млн. Згідно даних компанії «Міжнародна маркетингова група України», станом на 2009 рік, найбільшими виробниками були : ТОВ «ЗІП» - 10,4%; ТОВ «Азо Нобель Декор Україна» – 22%; ДП «Капарол Україна» – 17,3%; компанія «Ганза Україна» – 13,25%; ТОВ «Сніжка Україна» – 19,7% і ТОВ «Тіккуріла» – 13,41%. Усього в 2009 році було виготовлено 265 тис. тонн лакофарбової продукції (рис.4).

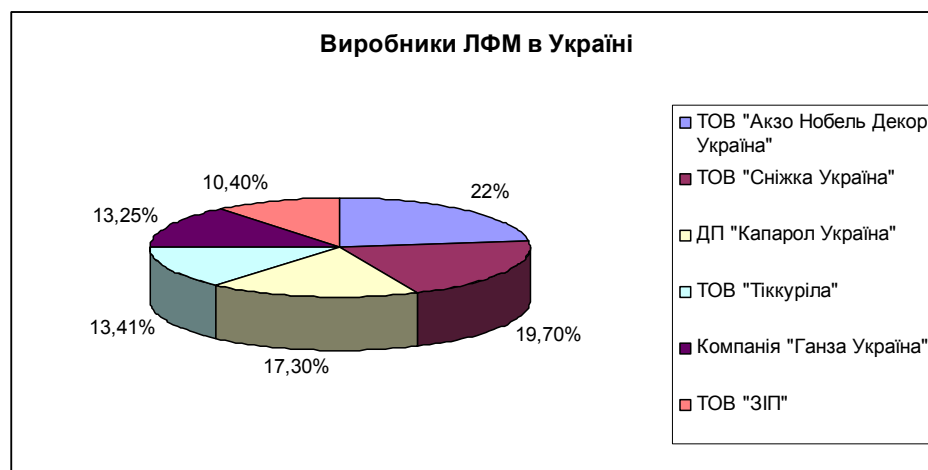


Рис. 4. Виробники ЛФМ в Україні

У нашій країні щорічно більше 2 мільйони родин купують і використовують лакофарбові матеріали. Сьогодні найбільший попит у споживача мають фасадні фарби – більше 60% від загального об'єму фарб і інтер'єрні – близько 40%.

У структурі продажів переважають водо дисперсійні фарби – 60%, на емалі й олійні фарби припадає 30%, на лаки – 10%.

Постачання закордонної лакофарбової продукції в Україну здійснюють більш як 20 великих імпортерів, що мають дилерську мережу. Серед фарб, що імпортуються можна назвати продукцію таких торгових марок: CAPAROL, DUFА (концерн Meffert), FEIDAL, PINOTEX, STO (Німеччина), SADOLIN (концерн Akzo Nobel), OIKOS(Італія), TIKKURILA, BECKERS, VIVACOLOR(Швеція), HELIOS(Словенія), ESKARO(Естонія), MARSHALI (Туреччина) та ін. [5].

Висновки

За даними Державного комітету статистики України середньорічний показник приросту виробництва лаків та фарб за період 2005-2008 років складає 23,1%.

На ринку лакофарбових матеріалів, які використовуються для потреб будівництва спостерігається щорічне зростання обсягів виробництва вітчизняними виробниками.

Таким чином, зростання обсягів виробництва лаків та фарб у грошовому виразі складало 25,9% у 2005 році, 16,1% у 2006 році, 7,7% у 2007 році, 26,5% – у 2008 році. Порівняно з 2007 роком обсяги виробництва збільшилися на 41,8%. В натуральних одиницях (тоннах) це зростання складало 21,6% у 2005 році, 28,2% – у 2006 році, 8,4% – у 2007 році, і 20,4% – у 2008 році.

Отже, характеризуючи асортимент вітчизняних та імпортованих ЛФМ, можна відзначити, що на українському ринку представлені всі види продукції: оліфи, лаки, фарби, ґрунтовки, шпаклівки, штукатурки. Але домінуюче місце займають порошкові, вододисперсні суміші. На території України діють вітчизняні підприємства та відкрито представництва іноземних виробників, при цьому лідерами є не більше 15 підприємств, що випускають майже 70% всієї продукції, зробленої в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Черняк Л.В. Товарознавча оцінка пентафталевих лакофарбових покриттів : Київський національний торгово-економічний університет. – К., 2003. – 190 с.
2. Караваєв Т.А. Товарознавча оцінка порошкових лакофарбових покриттів : – К., 2005. – 200 с.
3. Высококачественные покрытия : каталог продукции / Компания «Лакма». – К. : 2005. – 50 с
4. Технический каталог Novol. Решения для лакокрасочной промышленности : каталог – 2006. – 180 с.
5. Вотченікова О.В. Формування маркетингової системи взаємодії на ринку лакофарбових товарів : Донецьк, 2006. – 20 с.
6. Єфременкова Н.А. Товарознавча оцінка епоксидних лакофарбових матеріалів : – К., 2007. – 120 с.

Надійшла 30.05.2010

УДК 675.1

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ШКІРГАЛАНТЕРЕЙНИХ ВИРОБІВ. ПРОБЛЕМИ ГАЛУЗІ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇХ ВИРІШЕННЯ

В.В. ФІЛІПЕНКО, Т.Я. ПІДДУБНА

Київський національний університет будівництва і архітектури

Розглянуто сучасний стан шкіргалантерейної промисловості України, основних виробників, що діють на ринку та асортимент продукції, яку вони виготовляють. Обґрунтовано основні проблеми, з якими зіткнулись вітчизняні виробники шкіргалантереї та галузь в цілому, а також наведено можливі пропозиції щодо їх вирішення

Об'єкти та методи дослідження

Якщо казати про ринок шкіргалантереї, то в будь-якій країні цей напрямок є перспективним з ряду причин. Проте сучасний стан українського ринку шкіргалантерейних товарів залишає бажати кращого. В галузі як і в більшій частині всієї промисловості нараховується велика кількість проблем, що, на жаль, в сьогоdnішніх умовах вирішуються дуже повільно і тим самим гальмують розвиток шкіргалантерейного виробництва в цілому.